

ビジネスモデル特許という言葉が世の中に登場しては、二年が経過した。当初一年間は、突如登場したこの新たな特許に対するアレルギーが強かったようだ。しかし、最近ではその存在を容認しつつ、これをどのように企業活動に役立て、次の企業戦略をどのように構築するかという議論が増えている。

企業活動に特許を役立てる方策は、各企業の創意と工夫によるところが大きい。「特許権を取得するのは企業活動の自由を守るため」というのが伝統的な特許戦略であり、例えば米IBMは一九八〇年代まで「よい特許」を数多く取得することによって、他社による特許リスクから十分な距離をとりながら企業活動を進めていた(Freedom of Action)。

しかし、九〇年代に入るとロイヤルティ収益を目指す積極的な特許ライセンス策(Open License Policy)に転換した。これにより、同社のロイヤルティ収入は年間二千億円を超えたともいわれている。

日本のビジネスモデル特許においてもライセンス化の動きがある。例えば、三井住友銀行は日本のビジネスモデル特許の代表格といわれている資金決済システ

企業戦略に求められる 特許管理ノウハウと特許啓蒙

ムの特許(パーフエクト特許)を取得し、他行に対してロイヤルティの支払いを求めている。これに対して、富士銀行、あさひ銀行をはじめとした数社が特許異議を申し立てた。これまで横並び意識の強かった銀行業界では考えられない動きである。

もつとも、「年間一万件の特許出願のうち、トリプルスターは一けた」(大手電機メーカー知的財産部長)と言われるほど、有力な特許を取得できる率は低い。それだけに、ロイヤルティ収入で莫大な利益を生み出せるような特許を作り出すのは至難の業である。ビジネスモデル特許においても、これを主眼とした特許戦略、特許管理については個人的には肯首し難い。

特許戦略の基本は リスク減じる防衛戦略

サービスマン関連の企業では、知財部(知的財産部)を設立して特許管理を積極的に進める傾向が顕著になり始めた。

これらの企業にとっての特許戦略は、特許ライセンスによりロイヤルティ収益を目指すライセンス戦略ではなく、特許リスクを減じる防衛戦略が基本とな

る。これまで自社内で特許を扱ってこなかった企業にとって、第一に重要なことは、特許管理ノウハウの導入である。そのためには、知財管理の経験が豊かな人材のスカウトや、コンサルティングファーム・特許事務所など外部からのノウハウ導入が必要となりそうだ。

第二に重要なことは、社員に対する特許啓蒙だ。「特許とは何か」という基本的な情報だけでなく、「なぜ会社は特許戦略を推し進めるのか」という経営的な視点による啓蒙を施す必要がある。これにより、社員一人一人が特許マインドを持てば、日々の業務でこれを活用することができるようになる。

高度な専門性を要求される技術特許とは異なり、ビジネスモデル特許はすべての社員が発明者になり、すべてのプロジェクトが発明の対象になる可能性がある。それだけに、全社員の特許マインドレベル向上と、それを吸い上げる知財部機構の構築が企業の特許戦略の成功には不可欠といえる。

さらに、人事上のインセンティブ施策も見逃せない。青色LEDの発明者である米国カリフォルニア大学の中村修二教授が元の勤務先である日亜化学工業(徳

島根阿南市) に対して起こした発明補償金の追加請求訴訟は、特許のインセンティブシステムの巧拙が企業の膨大なリスクになることを示したケースだ。

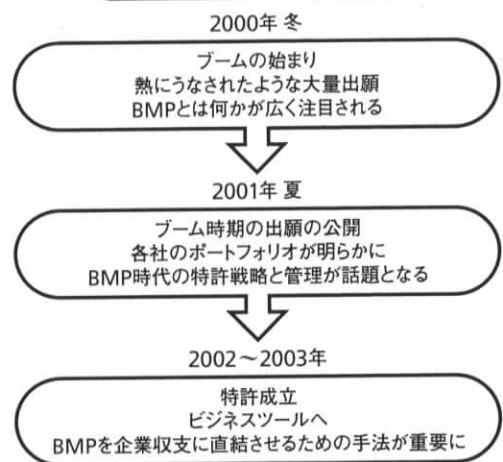
ビジネスモデル特許は、特許に対する会社と従業員の貢献度比率や、発明に必要な個人の才能などにおいて、青色LEDのような技術特許とは性質が異なる。だが、きちんとしたインセンティブ制度を導入することで、発明を提出しようとする者のやる気をそがないことが特許管理の基本だ。

企業のIRツールとして 注目される特許

最近の特許を法的な側面からとらえずに、IR (インベスター・リレーションズ) ツールの一つととらえる動きも顕著だ。例えば、IPO (株式の新規公開) の現場では、対象企業が自社のコアビジネスをビジネスモデル特許で保護しているかどうかが開審査の対象となり始めている。また、VC (ベンチャーキャピタル) でも、投資判断をする際に、コアビジネスとビジネスモデル特許との関連性に興味を抱くようになってきた。

IT関連の技術系ベンチャーでは、基

ビジネスモデル特許(BMP)年表



本技術の特許でカバーし、さらに基本技術を適用したビジネスモデル特許を出願するのが基本的な姿勢だ。その中で、特許実務家も従来の法的側面を重視した特許書類作りから、IRを意

識しながら、素人にも理解できるように分かりやすく、優れたプレゼンテーションのように説得力に富んだ書類作成が求められるようになりそうだ。

筆者の経験でも早期の段階から特許を含めたコンプライアンス (法令遵守) に力を入れるベンチャーは発展過程においてほころびを呈することなく、順調に育っていくケースが多い。特許をIRツールとして用いることは、投資家が対象企業のビジネスモデル特許に注目することで、その企業のコンプライアンスに対する考え方をみるひとつの尺度となることを意味する。

最近ではビジネスモデル特許ブームは終了し、「すでに社会的な影響がなくなつた」という意見も聞かれる。しかし、それは間違つた見方である。ビジネスモデル特許がビジネスに対して本当の影響を生じ始めるのは、ブームの時期に出願された特許が成立し始める二〇〇二年の下期以降だからだ。

ビジネスモデル特許ブームが終了したように見えるのは、ビジネスモデル特許が普遍化し、ニュース性がなくなつたためであり、ビジネスモデル特許が産業界に定着したということにほかならない。今後は「ビジネスモデル特許を実ビジネスにつなげるためには」という視点での議論が多くなりそうである。例えば、

ビジネスモデル特許が共同事業などの契約交渉に登場し、契約条件を左右するという事態も考えられる。交渉が決裂すれば、何らかの法的紛争に巻き込まれる可能性もありそうだ。

そのような時代の到来に先立って、今、企業として何を備えるべきなのかを真剣に議論すべき時期にきている。

各企業に残された時間は少なくなつてきている。しかし、今から動けば決して手遅れではない。

鮫島正洋

弁護士・知財コンサルタント